

Кто согреет Ваш бизнес?

PURMO
СТРАТЕГИЯ МАРКИ

Мы.

Purmo and Radson решили объединить усилия для того, чтобы стать самым конкурентноспособным игроком в отопительном бизнесе. С общим числом работников 1500 и оборотом свыше 330 миллионов евро в 2006 году, мы однозначно имеем возможность справиться с этой задачей: создать наиболее привлекательные решения в сфере отопления. Мы хотим поднять весь отопительный бизнес на новый уровень, путем уделения большего внимания по-настоящему интересным и ценным решениям.

Менеджмент PURMO/RADSON



Claudius Gramse
Менеджер по развитию бренда

Dick Horsfall
Директор Бренда

Elo Dhaene
Коммерческий Директор

Tomasz Tarabura
Директор Бренда
(с 01.01.2008)

Christian Björklö
Финансовый Директор

Стратегия

стать маркой – лидером
в отопительном бизнесе.

Решение

Основано на вкладе профессиональных клиентов.

- Более 2500 часов интервью с монтажниками и пользователями
- Исследование девяти Европейский рынков
- Сосредоточено на будущих потребностях и требованиях

Наше исследование показало, что все воспринимают батареи именно как батареи, и ничего большего. Никто не ставит под сомнение качество или функциональность, или даже дизайн. Причина ясна, до сих пор ни один поставщик серьезно не пробовал поставить вопрос отопления на повестку дня. Дело в том, что решения в отоплении значительно отличаются по своей функциональности и комфорту, которые они дают. Это как раз то, что мы собираемся изменить, основываясь на существенном вкладе наших клиентов – монтажников и конечных пользователей.

Тщательное исследование определило решение.

Более 1,5 года, мы проводили тщательные изучения всех наших рынков. Благодаря более чем 1500 интервью с монтажниками и торговцами, мы имеем глубокое понимание потребностей рынка и конкурентной ситуации. Наше исследование ясно показывает, что установщики не видят никакой качественной раз-

ницы между различными отопительными решениями. Никто так и не объяснил нам отличий. Соответственно, конечные пользователи вообще имеют слабое представление об отоплении. Никто никогда не старался им объяснить, что брать во внимание или как сделать климат в помещении более комфортным, используя лучшие решения.



Более чем 1500 монтажников и оптовых продавцов помогли нам увидеть потребность рынка в некоем поставщике идеальных решений в сфере отопления.

Сфокусируемся

на сущности

- Качество продукта и ассортимент – ключ к успеху
- Хороший сервис и know-how существенны для того, чтобы выделиться
- Создавать спрос на добавленную ценность путем вдохновляя конечных пользователей

Ключевые элементы наших выдающихся решений:

Ассортимент

• Поставщик отопительного оборудования должен гарантировать ассортимент, который покрывает все потребности клиента и в результате позволяет найти оптимальные решения с высокой функциональностью и комфортом.

Сервис и know-how

• Любые решения должны иметь солидную почву и основу. Purmo и Radson имеют know-how и будут также развивать технологии, чтобы обслуживать свои решения в будущем.

PURMO
RADSON

Качество

• Качество продукции должно быть на переднем плане. Как подразделения концерна Rettig, Purmo и Radson имеют тот же высокий уровень качества продукта. Наши радиаторы стандартно продаются с 10-летней гарантией. Мы обеспечиваем уровень качества, которое выше, чем у большинства других марок.

Решения интерьера

• Конечные пользователи сегодня без энтузиазма смотрят на маркетинговые материалы производителей радиаторов. Мы должны вдохновить их на понимание важности добавленных ценностей. И это возможно при помощи новых вдохновляющих маркетинговых материалов, предложенных Purmo и Radson.

Радиатор это больше, чем просто радиатор.

Есть огромная разница между радиаторами. Они все отличаются по качеству, по легкости установки, в обслуживании и поддержке, по дизайну, по эффективности и комфорту. Мы должны принять тот факт, что число поставщиков в отопительном бизнесе огромно, и с точки зрения клиентов, практически никто не выделяется.

Purmo and Radson решили изменить эту ситуацию. С солидной финансовой поддержкой Rettig ICC, мы объединяем наши усилия, чтобы сформировать ведущий бренд отопительного оборудования. Бренд, имеющий силу для того, чтобы по настоящему выделиться и завоевать предпочтения клиентов. Объединяя усилия, мы можем наилучшим образом использовать наш опыт и создать добавленную ценность для конечного потребителя.

Результаты

должны принести выгоду всем

- Очевидные технические преимущества для монтажников
- Новые бизнес-возможности для оптовых продавцов
- Лучшие решения для комфорта в помещениях

Мы сосредоточимся на создании наибольшей добавленной ценности. Делая ударение на выгодах и функциональности в разных условиях, мы можем научить рынок как доставлять наивысший комфорт конечному потребителю.

Пользователи выигрывают

Лучший комфорт в помещении, качество и дизайн-решения имеют большее значение для пользователей.



Монтажники выигрывают

Удовлетворение потребностей клиента, более простая установка и высокая прибыль монтажников.



Оптовые продавцы выигрывают

Больше коммерческой выгоды.

Избегая стандартизированных предложений, каждый выигрывает. Пользователи получают лучшие отопительные решения, а установщики могут лучше удовлетворить потребности клиента, все это может привести к большей коммерческой выгоде для всех. И это конеч-

но приносит выгоду оптовым торговцам, которые легко увеличивают оборот благодаря большому объему средней сделки. Для Purmo и Radson, это позволит увеличить нашу сеть покрытия путем объединения усилий торговых представителей на местах, а так же значи-

тельно более мощной кампанией по продвижению для монтажников и конечных потребителей.

ТОЛЧОК

PURMO
RADSON

Оптовые продавцы

Монтажники

Конечные потребители

ТЯГА

Объединенные усилия создают мощный толчок.

Чтобы создать самое лучшее предложение для каждого, мы применяем 'двойной' подход к рынку, сосредоточиваясь как на прямых продажах, так и на мощном продвижении по

направлению к монтажникам и пользователям. Испытанный коммерческий подход вместе с новым уровнем сервиса и качества создаст оптимальные условия для ввода на рынок новой конкурентноспособной продукции. Добавьте к этому сильную, много-нацио-

нальную маркетинговую концепцию и получится самое мощное присутствие на рынке бренда, когда-бы то ни было достигнутое в отопительном бизнесе.

Вместе

мы — сила

- Единая концепция бренда
- Два ведущих бренда
- Новые возможности объединения



Новая карта присутствия бренда.

Мы решили упростить наше много-национальное присутствие, применяя единый подход везде. Мы объединяемся вокруг нашей миссии, чтобы привнести лучшие отопительные решения потребителям. Это символизируется тремя излучающими тепло волнами на ярком оранжевом цвете.

Norman Bustin

Директор по Маркетингу и Продажам
Великобритания

Markus Reiner

Директор по Маркетингу и Продажам
Германия

Christophe Latapie

Директор по Маркетингу и Продажам
Франция

The Warm Society



Rob Hermkens

Директор по Маркетингу и Продажам
Нидерланды



Jan Ekwall

Директор по Маркетингу и Продажам
Скандинавия



Koos van der Zanden

Менеджер по Маркетингу
Purmo Radson



Jacek Luczak

Директор по Маркетингу и Продажам
Восточная Европа



Marica Mikovic

Директор по Маркетингу и Продажам
Балканские страны



Wojciech Makowski

Директор по Маркетингу и Продажам
Польша



Olivier Schmitz

Директор по Маркетингу и Продажам
Бельгия

Мы сформировали The Warm Society, потому что мы думаем, что самое время уделить отоплению то внимание, которое оно заслуживает. Долгое время люди не придавали должного значения системам отопления – просто принимая то, что случайно установлено – или оставляя выбор нового отопительного решения третьей стороне. Мы думаем, что пришло время это изменить. Мы знаем, что радиаторы это нечто большее, чем просто отопление, и мы хотим рассказать миру о практически безграничном многообразии выбора дизайна, цвета и применения. Мы хотим, чтобы клиенты и партнёры присоединились к The Warm Society и узнали больше об отоплении и поддержали наше начинание: освободить мир от серых и непривлекательных отопительных решений.

Бренд

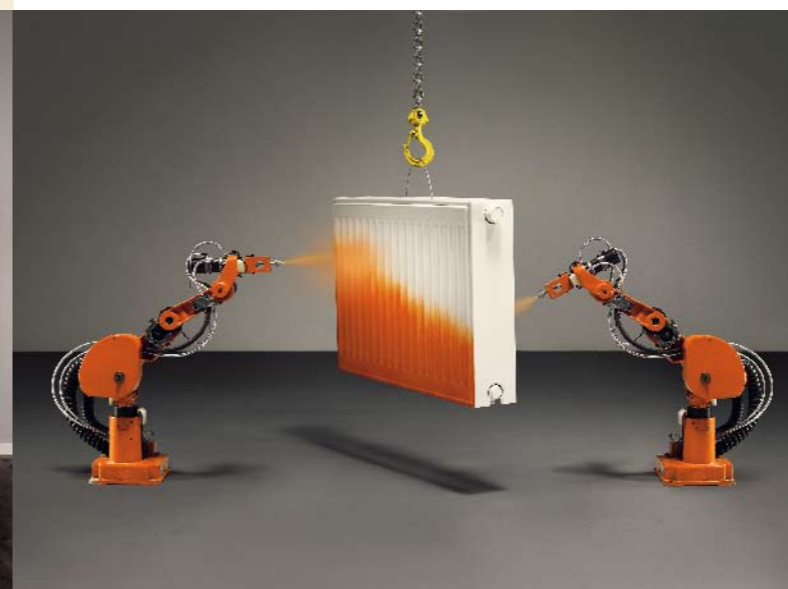
смотри и ощущай

- Не оставлять равнодушным
- Современный и динамичный
- Уникальный стиль

Мы создали The Warm Society, чтобы донести внешний вид и ощущения современной отопительной компании, которая предлагает новаторские отопительные решения. The Warm Society стоит на четырёх колоннах, которые определяют все, что мы делаем. Чтобы создать сильную и сбалансированную позицию на всех наших рынках, внешний вид и ощущения нашего бренда – и все средства коммуникации – должны отражать The Warm Society и эти четыре колонны.

Дизайн логотипа

Новые логотипы, которые состоят из названия компании и символа, создают сильное визуальное впечатление о нашей организации. Шрифт названий компании был разработан для нас известным скандинавским дизайнером. Символ логотипа – комбинация обогревательного символа и горящего пламени.



ЖИЗНЬ В

The Warm Society

Warm Society это место, где Вы можете жить полной жизнью. Широкий выбор разнообразных отопительных решений, которые обеспечивают Вам оптимальный климат внутри помещения круглый год – вне зависимости от вида этого помещения и места где вы живете. Но – the Warm Society это больше, чем только отопление. Мы серьёзно подходим к дизайну, чтобы иметь уверенность, что все наши отопительные решения служат не только отоплению, а также эстетическим ощущениям и подходят под разные варианты интерьеров.

ОТОПЛЕНИЕ В

The Warm Society

В самом сердце the Warm Society есть широчайший ряд отопительных решений, включающий все типы продукции, формы, размеры и цвета – мы можем предложить нашим партнёрам и клиентам реальный выбор. Независимо от того, классические ли это панельные радиаторы или трубчатые, полотенцесушители или декоративные модели, инновационный теплый пол или конвекторы – все будет четко выполнять свое предназначение (отопление) и стилистически отлично вписывается в интерьер Вашего дома.

ОСНОВА

The Warm Society

Производство надежной продукции является основой существования Warm Society. На всем пути от производства до системы доставки, качество является для нас наивысшим приоритетом – будь это сырье и компоненты, используемые нами технологии или тщательный контроль каждой операции. Мы несем ответственность за все наши действия, что находит отражение в исключительном признанном качестве нашей продукции. Покупая у нас, вы приобретаете уверенность, что товар будет служить Вам верой и правдой.

РАБОТА В

The Warm Society

The Warm Society представляет собой сочетание know-how и людей, которые в нем работают. Мы хотим избавить мир от серых и банальных решений в сфере отопления. В достижении наших целей мы не полагаемся на случай. Обучения, командная работа, комплексная поддержка и сервис гарантируют наш успех. Это так же гарантирует то, что жизнь наших клиентов и партнеров в этом процессе станет легче. С преданностью нашему общему делу и одновременно гордостью за него мы всегда готовы сделать все необходимое для построения долгих деловых отношений и установления новых стандартов превосходства, что позволит нам быть на голову выше конкурентов.

Коммуникация

в Warm Society

- Целостный подход
- Последовательность
- Новые методы вдохновения и выбора

Мы собираемся применить новый подход в рекламных материалах. Эти материалы будут поддерживать процесс продаж от создания вдохновения до принятия решения. Материалы будут доступны на большинстве Европейских языков.



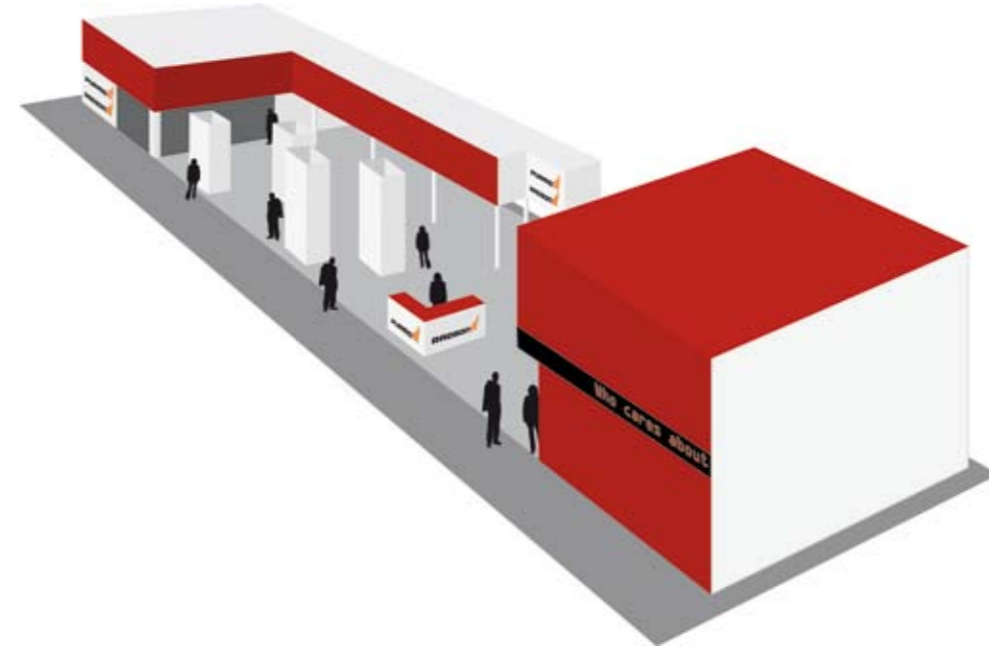
Реклама

Реклама большого формата в ведущих торговых журналах будет продвигать ключевые продукты и идеи.



Брошюры

Мы представляем набор брошюр, которые раскрывают корпоративные, технические аспекты, а так же дают сведения о продукции.



ISH Выставка

Запуск новой концепции Warm Society будет осуществлен на выставке ISH, 2007 г. Франкфурт-на-Майне, Германия. Это незабываемое мероприятие будет включать в себя фильм о бренде, уникальные стенды и разнообразные захватывающие задания.

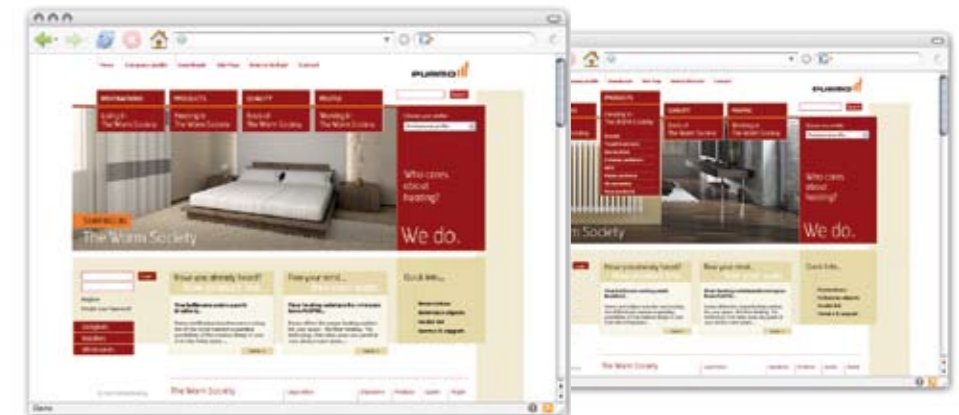
POS

Всем нашим торговым партнерам будут предложены новые привлекательные материалы для оформления мест продаж, чтобы еще больше подчеркнуть добавленную ценность нашей продукции.



Интернет – страница

Новый веб-сайт начнет работать в новом привлекательном формате. Помимо эмоционального вдохновения сайт дает техническую информацию и рекомендации по монтажу.



Маркетинговый план марки

- Мощная кампания круглый год
- Сфокусированные акции и ввод новой продукции

Наша кампания по продвижению будет идти в активном режиме в течение всего года. Несколькими этапами мы собираемся предложить рынку что-то новое, чтобы увеличить известность бренда, поддержать интерес и привнести новое качество на рынок отопления.

Ключевые элементы маркетинга, 2007 г.

- Реклама в торговых журналах с охватом приблизительно 400 000 читателей
- 4 разные вкладки в торговых журналах. В сумме приблизительно 1.1 млн копий
- Каталог продукции на 9 языках
- Новые стенды для шоу-румов оптовиков
- 15,000 прямых рассылок оптовикам
- 300,000 прямых рассылок монтажникам
- Новое агрессивное присутствие в сети Интернет на всех основных рынках



Стратегия для средств массовой информации.

Ведущие европейские торговые журналы будут нашим основным маркетинговым средством. Мы будем поддерживать интенсивное присутствие в течение года – и усиленно сконцентрируемся на ключевых продуктах и идеях.



Campaign Plan

2007



		January 07	February 07	March 07	April 07	May 07	June 07	July 07	August 07	September 07	October 07	November 07	December 07	
		The Warm Society						Panel Leadership						
Wholesalers	Direct Mail													
	Brochure													
	POS													
	Website		→				→				→			
	Event													
	Direct Mail													
Installers	Ads													
	Insert													
	Brochure													
	Website		→				→				→			
	Event													
	Direct Mail													

WWW.PURMO.COM

ЗАО "Реттиг Варме РУС", 111024 Москва, ул. Проезд завода «Серп и Молот», д. 5, офис 203
Тел (495) 638-50-16. факс (499) 763-57-16. www.purmo.com. info@rettig.ru
Филиал ЗАО "Реттиг Варме РУС", 197342 Санкт-Петербург, ул. Кантемировская, 2, офис 306,
Бизнес-центр "Таймс". Тел (812) 380-1518. факс (812) 380-1519

